

Коммуникативный дизайн и дизайн среды: общие подходы и принципы в создании гармоничной предметно-пространственной среды

Кулененок В.В.

Учреждение образования «Витебский государственный
университет имени П.М. Машерова», Витебск

Статья посвящена проблеме преподавания дисциплины «Коммуникативный дизайн» и тем возможностям, которые получают выпускники специальности «Дизайн» в своей творческой работе. При изучении этой дисциплины важным моментом является достижение целостности аудиовизуального характера среды, в связи с чем центральной задачей дизайна аудиовизуальных коммуникаций выступает скорректировать и привести их к систематизации и определить типологию визуальных средств, которые максимально должны облегчить ориентацию человека в предметно-пространственной среде. Курс обучения дисциплины «Коммуникативный дизайн» направлен на выполнение серии заданий, логически построенных на принципах системного дизайна. Логика заданий и система выполнения их основана на ассоциативно-графических представлениях, которые, в свою очередь, опираются на знания законов композиции, восприятия цвета и его психологического воздействия на человека.

В настоящее время в курсе поставлены задачи более широко: они связаны с созданием гармоничной предметно-пространственной среды. Особая часть серии упражнений предназначена и нацелена на решение визуальных задач, стилистически основанных на элементах фирменного стиля и, в частности, на особенностях графики шрифта. Цель публикации – изучение особенностей коммуникативного и визуального дизайна и использования специфических и стилистических средств для создания гармоничной предметно-пространственной среды.

Ключевые слова: коммуникативный дизайн, графический дизайн, аудиовизуальные коммуникации, предметно-пространственная среда.

(Искусство и культура. – 2024. – № 1(53). – С. 76–80)

Communicative Design and Environment Design: General Approaches and Principles in Creating a Harmonious Subject-Spatial Environment

Kulenenok V.V.

Education Establishment “Vitebsk State P.M. Masherov University”, Vitebsk

The article is concerned with the problem of teaching the discipline Communicative Design and the opportunities that Design graduates will get in their creative work. When studying the discipline an important point is the task of achieving the integrity of the audiovisual character of the environment. Therefore, the central task of audio-visual communication design is to correct and bring it to systematization and define a typology of visual aids that should maximally facilitate human orientation in the subject-spatial environment. The course of the discipline Communicative Design is built on the performance of a series of tasks, logically built on the principles of system design. The logic of task construction and the system of their implementation is based on associative-graphic representations, which, in turn, are based on the knowledge of the laws of composition, color perception and its psychological impact on humans.

Our course sets deeper and broader tasks, tasks that are related to the creation of a harmonious object-spatial environment. A special part of the series of exercises is designed and aimed at solving visual tasks stylistically based on elements of corporate identity and, in particular, on the peculiarities of font graphics. The aim of the publication is to study the features of communicative and visual design as specific and stylistic means important for creating a harmonious object-spatial environment.

Key words: communicative design, graphic design, audiovisual communications, object-spatial environment.

(Art and Cultur. – 2024. – № 1(53). – P. 76–80)

Адрес для корреспонденции: e-mail: kulenenokvv@mail.ru – В.В. Кулененок

Изучение поставленного вопроса в литературных источниках, в сети Интернет продемонстрировало, что возможность создания такой гармоничной предметно-пространственной среды в процессе дизайн-проектирования рассматривается в ряде публикаций достаточно широко, при этом методологическая основа создания образности в дизайн-проектировании сред представляет собой классическую основу.

Методологическим ориентиром исследования является типологический подход, базирующийся на использовании основ методологии дизайн-проектирования в учебном процессе. При исследовании данного вопроса в учебном процессе применен метод сопоставительного анализа творческих и дипломных работ студентов дипломников 2020–2022 уч. годов. В основе анализа методологии дизайн-проектирования в учебном процессе лежат системный подход и структурный метод анализа, которые позволяют описать ключевые структурные элементы методологии дизайн-проектирования сред.

Образ и эмоциональность в дизайне среды. Параллельно с вопросом о создании гармоничной предметно-пространственной среды весьма актуален вопрос об образности и эмоциональности в дизайне среды. Эти сложные психологические понятия формируются у человека во время восприятия различных структурных, физических и других характеристик средового объекта. Подобные многообразные характеристики выступают как определенные средства формирования эмоционального воздействия среды. Можно выделить следующие основные средства: четкое зонирование пространства в зависимости от функциональности, оптимальные условия восприятия и организация и соподчинение внутренних и внешних архитектурных форм между собой.

Другим средством эмоционального воздействия пространства на человека является четкий и понятный «рисунок» функциональных процессов. В процессе движения зрителя в среде особенно важно установить взаимосвязь между отдельными элементами пространства. Когда во время движения происходят изменения различных видов пространства, их понятное последовательное чередование и их ритм, это все активно воздействует на эмоциональное состояние человека.

Рассматривая типологию пространства, мы отмечаем, что пространства бывают замкнутые или открытые, сложные или геометрически простые по форме, а также с очень

выраженной направленностью. Все эти понятные по восприятию свойства пространства оказывают устойчивое эмоциональное воздействие.

В процессе дизайн-проектирования дизайнер может создать различные по эмоциональности пространства. Для общественных помещений пространство может стать разнообразным или монотонным, для жилых помещений – уютным и теплым для человека. Естественно, эмоциональное воздействие воспринимаемого пространства будет зависеть от деятельности и поведения людей в данной среде.

В теории методологии дизайна среды есть такие понятия, как «архитектурный облик» и «визуальный материал» пространства объектов и среды в целом, которые также непосредственно влияют на эмоциональное состояние человека. Визуальный материал, как правило, обладает очень сильными средствами воздействия, своими геометрическими, пластическими, цветофактурными характеристиками. Эта группа носителей наиболее сложная, но зато эффективная.

На практике можно встретить и выделить некоторые отдельные самостоятельные носители эмоционального воздействия, которые наиболее эффективны, чем другие. Это относится к цвету. В теории цветоведения уже давно и довольно хорошо изучены эмоциональные, психофизиологические и семантические свойства каждого цвета в отдельности. В то же время мы знаем, что самого понятия «цвет» в природе не существует, он является результатом отражения света от материальных вещей, поэтому цвета могут приобретать различные эмоциональные значения в зависимости от их роли в организации среды. И это относится не только к цвету, но к любым признакам визуального материала [1].

Аудиовизуальное единство характера среды. Создание гармоничной предметно-пространственной среды строится на принципах аудиовизуального единства характера среды. Цель дизайна аудиовизуальных коммуникаций в среде – создать особые средства, которые могли бы быть использованы во всех сферах массовой коммуникации. Основным принципом для достижения целостности аудиовизуального характера среды является применение многочисленных факторов, таких как особенности восприятия человеком движения, пространства, объема, поверхности, линии, цвета, света, звука. Поэтому центральная задача дизайна аудиовизуальных коммуникаций – скорректировать и привести

их к систематизации и определить типологию визуальных средств, которые максимально должны облегчить ориентацию человека в предметно-пространственной среде.

Для достижения этой цели студенты в своих проектах используют метод сценарирования, где определяют планировку среды, т.е. предметную и коммуникационную организацию пространства. Указанным методом можно также выявить физическое и информационное построение элементов среды, т.е. структуру и форму объекта. «От структуры зависит пластическая трактовка поверхности объекта, характер которой предопределяет расположение и графическое построение орнаментов, текстов, знаков. С линейно-графическим решением сочетается цветовое кодирование элементов, цвет обуславливает и общий колорит предметной среды аудиовизуальных коммуникаций – цветовой климат. От последнего неотделим световой климат среды. Через светозвуковые устройства световой климат связан с аудиальной организацией среды» [2].

Каждый из перечисленных факторов определенным образом влияет на формирование специфических знаковых подсистем, которые образуют систему визуальных коммуникаций. В систему визуальных коммуникаций входят различные элементы (носители) фирменного стиля – графические знаки, логотипы, пиктограммы, плакаты, а также объемно-пространственные рекламные информационные средства и т.д. [3].

Курс обучения дисциплине «Коммуникативный дизайн» исходит из выполнения серии заданий, логически построенных на принципах системного дизайна. Логика рекомендуемых заданий и система их выполнения основана на ассоциативно-графических представлениях, которые, в свою очередь, опираются на знания законов композиции, восприятия цвета и его психологического воздействия на человека [4].

В классическом понимании курс «Коммуникативный дизайн» преследует разработку элементов фирменного стиля, рекламных объектов в интерьере и в экстерьере, а также других информационных средств и форм. Сейчас в нашем курсе мы ставим задачи, которые связаны с созданием гармоничной предметно-пространственной среды. Особая часть серии упражнений предназначена и нацелена на решение визуальных задач, стилистически основанных на элементах фирменного стиля и, в частности, на особенностях графики шрифта.

Цель публикации – изучение особенностей коммуникативного и визуального дизайна и использование специфических и стилистических средств для создания гармоничной предметно-пространственной среды.

В данном контексте проблемы очень важным является понятие «стилистическое единство», которое и служит конечным «продуктом» дизайн-проектирования любой среды. Понятие «гармоничная предметно-пространственная среда» напрямую связана с понятием целостности аудиовизуального характера среды, которая решается, в частности, средствами коммуникативного дизайна (цветом и колоритом, графикой и пластикой, ритмом и др.).

Понятие «фирменный стиль» по сути и значению относится к категории стиля вообще. Под стилем (в общем смысле) понимается исторически сложившаяся, социально-производственно и культурно-психологически обусловленная, относительно устойчивая закономерная знаковая система. «Стилевое единство служит предпосылкой целостного восприятия как неотъемлемого фактора результативной деятельности людей. Это единство представляет собой специфическую типологическую категорию, позволяющую особым образом классифицировать предметы и явления» [4].

Иную трактовку данного понятия можно встретить в книге «Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник»: «В классическом толковании “стиль” – это общность образной системы произведения искусства, общность средств художественной выразительности, творческих приемов, обусловленная единством идейно-художественного содержания этого произведения» [3].

В истории искусств мы встречаем разные виды визуальных характеристик стилей – от канонических (ампир, ренессанс и др.) до индивидуальных (разновидности постмодернизма). В классическом понимании, если мы говорим, что описываемый объект выполнен в стиле, то это, скорее всего, что данный объект обладает некими чертами, схожими с некими эталонами совершенства в плане композиции, выработанными историей искусства. Следовательно, любому стилю в истории искусств присущи свойства гармонизации, характерные для своего времени, эпохи, и он обладает превосходными эстетическими результатами.

Но сегодня понятие «стиль» нужно трактовать как «индивидуальность», «узнаваемость» и «своеобразность» дизайнера, когда раскрывается его личность. Это путь

выделиться, добиться превосходных результатов на фоне с общепринятыми идеалами художественности.

Существование всеобщей категории стиля не препятствует существованию «частных» стилей – различного уровня и масштаба. Общеизвестны глобальные художественные стили – античный, романский, готический, романтический, классицистический и др. Таков и специфический «фирменный стиль», характер и масштаб которого определяются самим понятием «фирма». Это условное наименование предприятия определенного типа (трест, промышленное объединение, торговое общество) и рода деятельности, а также само предприятие как материальная система и связи в ней [4].

Общая концепция построения серии упражнений строится, как отмечалось уже выше, на логически построенных принципах системного дизайна и на ассоциативно-графических представлениях. Каждое последующее задание исходит из предыдущего. Логическое построение серии упражнений заключается в том, что они начинаются с выполнения формально-ассоциативной композиции, которая строится на основе фотографий по выбранной теме. Это задание подводит студента к пониманию в плане цвето-фактурного и графико-пластического видения темы. Формально-ассоциативная композиция – это композиция, выполненная простыми графическими средствами и на основе простых геометрических форм. Подобный процесс называется снятием изобразительности.

Следующий этап – выполнение заданий, которые подводят студентов к решению главной композиции формального уровня, композиции, основанной на графике шрифта. Это задание на визуальное соответствие различных видов шрифтов по фотографиям (шесть разных фото). Визуально анализируя специфику предложенных фотографий, в плане графики и пластики, студент находит нужный шрифт, который и будет отвечать указанным требованиям. Это очень важный этап для успешного выполнения последующих упражнений. Выбранный шрифт и фотографию визуальнo объединяют рисунок, графика и пластика. Цвет в данном случае не учитывается.

На практике можно встретить знаки и знаковые системы, построенные как в виде стилизованного изображения различных представителей животного мира, так и чисто в формальном стиле. Это задание строится на основе творческого процесса – стилизация. Знание законов стилизации – важный момент в профессиональной подготовке

дизайнера-графика. «Стилизация – формирование визуального образа изделий путем использования внешних признаков выбранного дизайнером стиля» [3].

Остановившись на трех изображениях животных, студент выполняет стилизацию этих животных в три этапа. Первый этап – «примитивный», второй – «профессиональный» и третий – «формальный» (авторская трактовка). Знаковые системы и знаки в формальном стиле считаются высшим уровнем мастерства дизайнера. Очень сложно в формальном выражении отобразить тему, поэтому таких вариантов знаков мало и их редко встретишь в практике (в сети Интернет).

Типографика в системе заданий «Коммуникативного дизайна» является ступенькой для дальнейшего дизайн-проектирования всей предметно-пространственной среды, т.к. именно графика и пластика шрифта послужат основой для графико-пластического решения интерьера. Сегодня типология гарнитур и шрифтов очень разнообразная и важно правильно сориентироваться в этом вопросе. Студенты подбирают четыре варианта и только один станет главным, основным шрифтом.

Последний полностью отвечает визуальному единству выбранной темы, именно он станет основой для создания знака и знаковой системы. Вернее сказать, основой для дизайна знака может стать не только буква, но ее часть или ее фрагмент. Ключевым моментом в создании знака является вариативность самого знака. Знак может быть симметричным, динамичным или в виде круга. Один из вариантов станет основным.

Знаки визуальной коммуникации, которые являются первыми элементами, стилистически будут соответствовать будущему стилю предметно-пространственной среды. Дизайн этих знаков должен строиться только на основе графики и пластики шрифта. Это единственный метод создания аудиовизуального единства характера среды.

Работа над заданиями дисциплины «Коммуникативный дизайн» будет заключаться в том, что студенты должны все последующие задания выполнять в одной стилистике, основанной на графике и пластике шрифта. Это задания по суперграфике и дизайну информационных стендов. Указанные элементы среды также сильно влияют на общий вид и стилистику предметно-пространственной среды.

В заключительный блок заданий включены элементы и объекты среды, которые очень сильно влияют на образ среды. Это арт-объекты, декоративные решетки, обои

большого размера, мебель, светильники и др. Завершающий этап серии заданий – дизайн рекламной вывески на здании и уличных постеров.

Заключение. Таким образом, проведенное исследование позволило установить, что:

– важным элементом и составляющей гармоничной предметно-пространственной среды являются образ и эмоциональность в дизайне среды;

– создание гармоничной предметно-пространственной среды строится на принципах аудиовизуального единства характера среды. Цель дизайна аудиовизуальных коммуникаций в среде – создать особые средства, которые могли бы быть использованы во всех сферах массовой коммуникации. Основным принципом для достижения целостности аудиовизуального характера среды является применение многочисленных составляющих, таких как особенности восприятия человеком движения, пространства, объема, поверхности, линии, цвета, света, звука;

– типографика в системе заданий «Коммуникативного дизайна» – фундамент для дальнейшего дизайн-проектирования всей предметно-пространственной среды, т.к. именно графика и пластика шрифта будут служить основой для графико-пластического решения интерьера;

– практические работы, выполненные студентами, однозначно показывают, что аудиовизуальное единство характера среды создается посредством разработанной методики, основанной на стилистическом единстве элементов шрифта и среды интерьера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Забельшанский, Г.Б. Архитектура и эмоциональный мир человека / Г.Б. Забельшанский, Г.Б. Минервин, А.Г. Раппапорт, Г.Ю. Сомов; под науч. ред. Г.Б. Минервина. – М.: НИИТИА, 340 с.: ил.
2. Дизайн: очерки теории системного проектирования. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та имени А.А. Жданова, 1983. – 183 с.
3. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г.Б. Минервин [и др.]; под общ. ред. Г.Б. Минервина и В.Т. Шимко. – М.: «Архитектура-С», 2004. – 288 с.: ил.
4. Кулененок, В.В. Коммуникативный и визуальный дизайн: новые возможности в сфере обучения дизайну / В.В. Кулененок // Искусство и культура. – 2022. – № 2(46). – С. 85–90.

Поступила в редакцию 23.11.2023